

Inhalt der Pressemappe:

- Präsentation Wirtschaftspressekonferenz zu den Ausführungen von
 - Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt GmbH
 - Stephan Kurzawski, Mitglied der Geschäftsleitung Exhibition
 - Nicolette Naumann, Bereichleiterin
- Presseinformation „Basis“ zur Wirtschaftspressekonferenz
- Zahlen zur Ambiente
- Presseinformation „Solutions“
- Presseinformation „Contract Business“
- Presseinformation „Royaler Besuch auf der Ambiente“
- Presseinformation „Highlights“
- Presseinformation „Die Ambiente Trends 2012“
- Verzeichnis der Pressetermine

Weitere Teilnehmer der Messe Frankfurt:

Erdmann Kilian, Leiter Marketingkommunikation/Presse

Yvonne Engelmann, Objektleiterin Giving

Thomas Kastl, Objektleiter Dining

Sabine Scharrer, Objektleiterin Living

Patricia Fritzsche, Pressereferentin

Anja Körner, Pressereferentin

Christopher Sparkes, Pressereferent

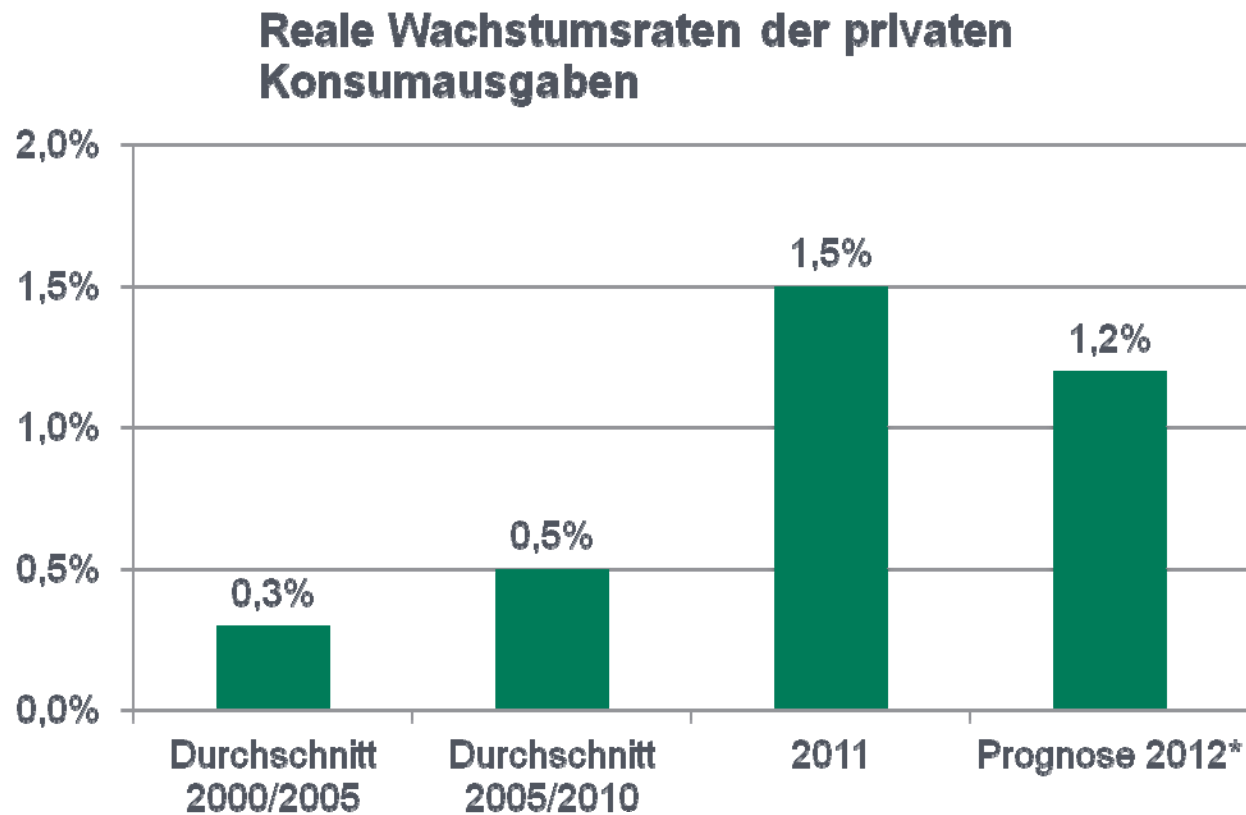
Pressekonferenz Ambiente 2012

Detlef Braun
Geschäftsführer
Messe Frankfurt GmbH

Frankfurt am Main, 07.02.2012



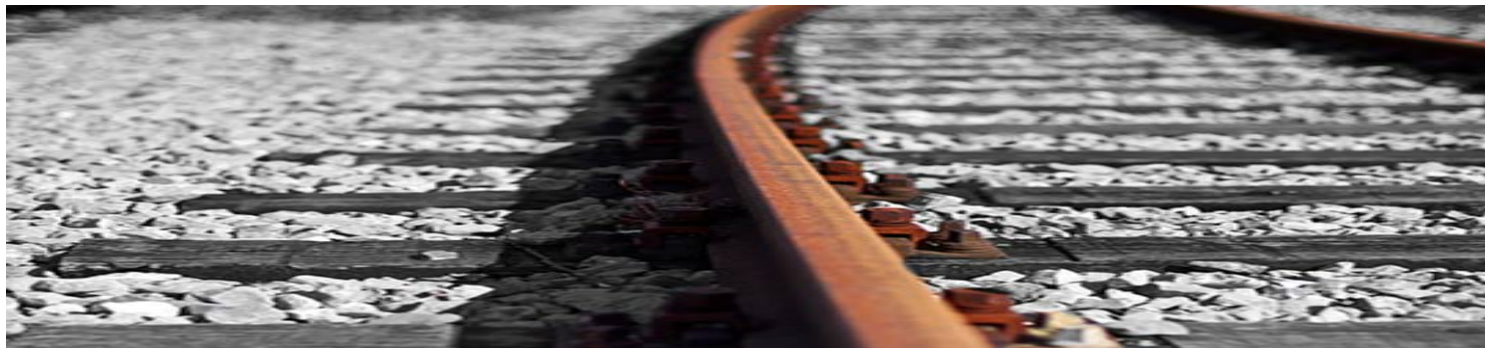
Die Konsumgüterbranche hält Kurs!



Quelle: Statistisches Bundesamt, Januar 2012; *Jahreswirtschaftsbericht 2012, BMWi Januar 2012

forsa-Umfrage: Konsumgüter bleiben stabil

- **77 Prozent** der Deutschen verschieben „Käufe im Bereich Einrichtung/Dekoration nicht“.
- Die Mehrheit (**68 Prozent**) plant 2012 einen vergleichbaren Betrag oder sogar mehr für Einrichtungs-/Dekorationsartikel auszugeben.



forsa-Umfrage

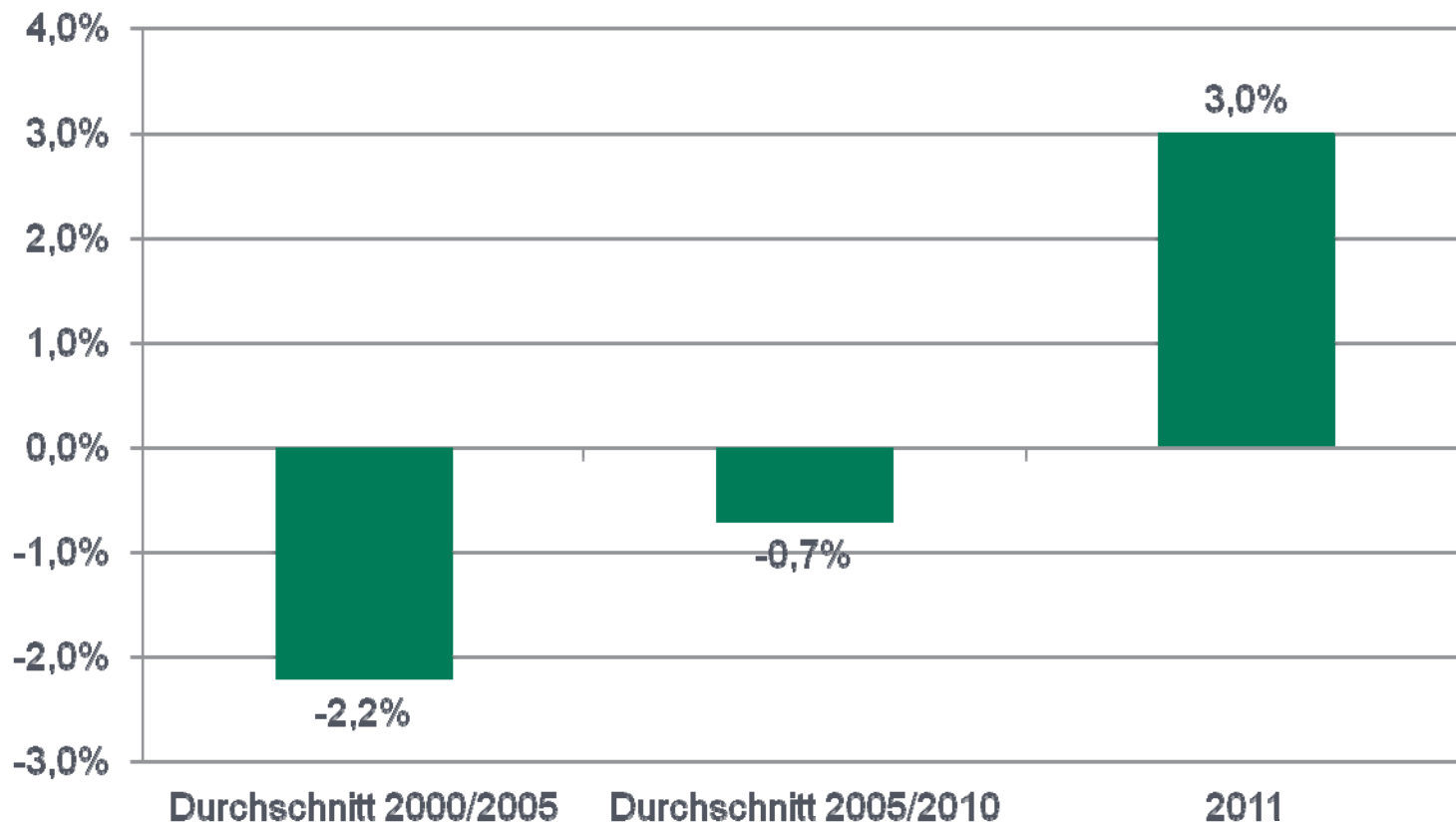
Datenbasis: 1.007 Befragte (ab 18 Jahre)

Erhebungszeitraum: 11. bis 13. Januar 2012

Statistische Fehlertoleranz: +/- 3 Prozentpunkte

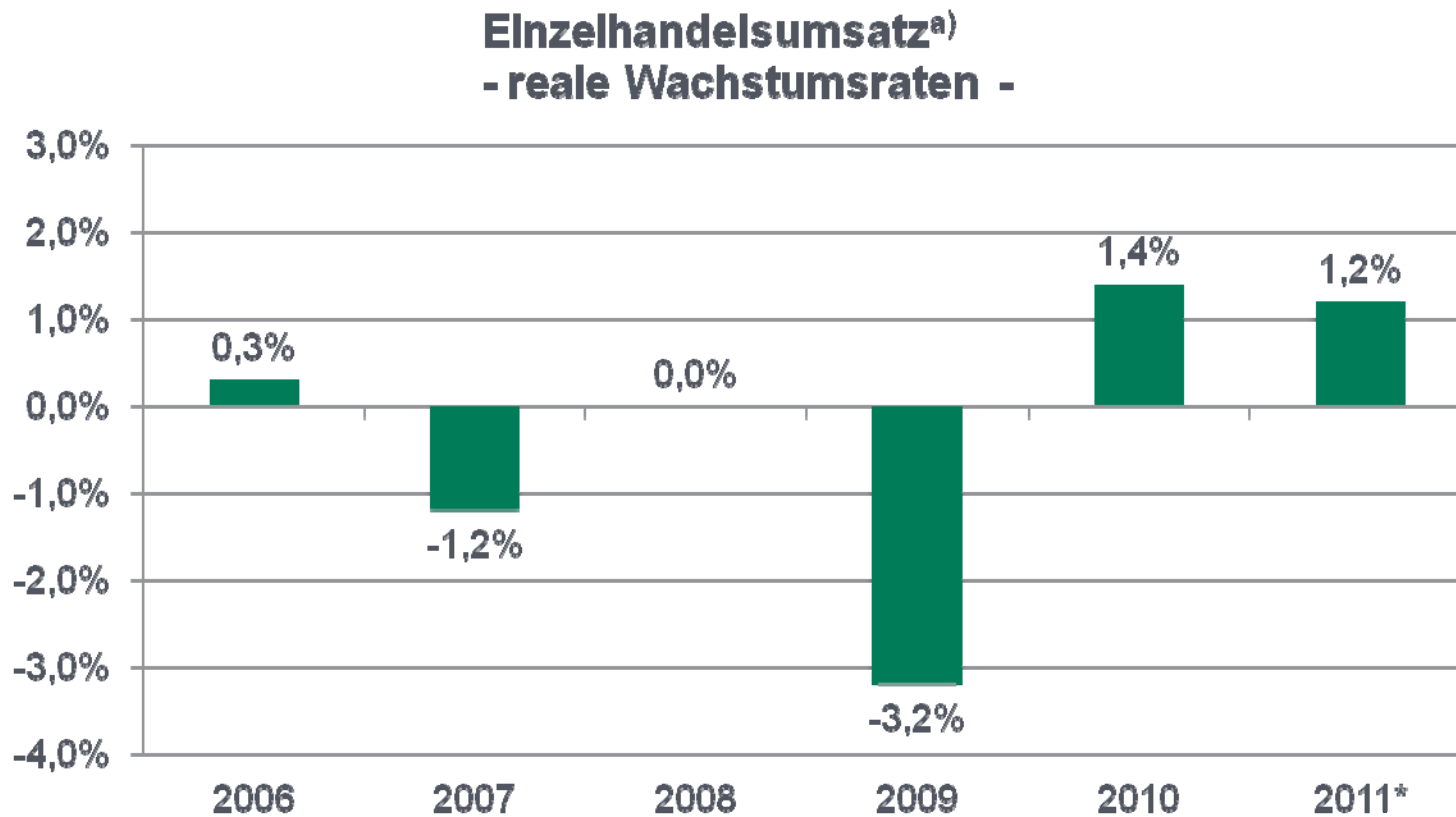
Auftraggeber: Messe Frankfurt

Reale Wachstumsraten der Konsumausgaben privater Haushalte im Inland für Einrichtungsgegenstände und Geräte für den Haushalt



Quelle: Statistisches Bundesamt, Januar 2012

Einzelhandel ebenfalls stabil



a) Einzelhandel ohne Handel mit Kraftfahrzeugen

*) Prognose des Statistischen Bundesamtes (Januar 2012)

Quelle: Statistisches Bundesamt

forsa-Umfrage: Wofür wurde das Weihnachtsgeld ausgegeben? Einrichtungsgegenstände auf Platz 5

60 Prozent der Arbeitnehmer, die Weihnachtsgeld erhalten haben, gaben dieses wieder aus.

Fast jeder Vierte hat sein Weihnachtsgeld für Einrichtungsgegenstände ausgegeben.



Zusammenfassung

- Die Konsumgüterbranche **hält Kurs** und trägt damit entscheidend zur **Stabilität der Konjunktur** bei!
- Reale Wachstumsraten der Konsumausgaben privater Haushalte im Inland für Einrichtungsgegenstände und Geräte für den Haushalt bei **plus 3 Prozent!**
- Prognose private Konsumausgaben: **plus 1,2 Prozent!**

Pressekonferenz Ambiente 2012

Stephan Kurzawski
Mitglied der Geschäftsleitung
Exhibition

Frankfurt am Main, 07.02.2012



Ambiente 2012 setzt positive Signale

	Ambiente 2011*	Ambiente 2012**
Aussteller – insgesamt:	4.442	4.543
Aussteller (Ausland):	73 Prozent	75 Prozent
Aussteller (Inland):	27 Prozent	25 Prozent
Bruttoquadratmeter:	320.000	330.000

*alle Zahlen FKM zertifiziert

**vorläufige Zahlen

Ambiente Märkte im Detail

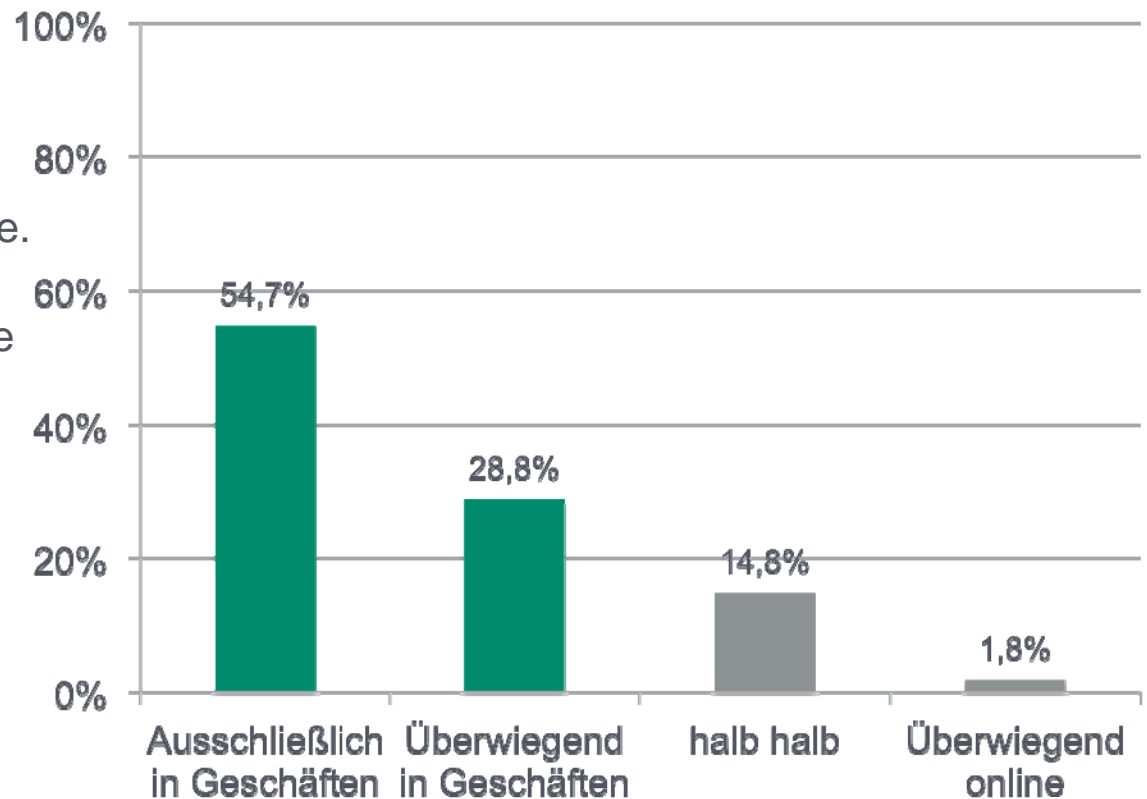
	2011 in Millionen Euro*	Veränderung zu 2010 in Prozent
1. GPK/Haushalt	6.101	0,0
2. Elektrokleingeräte	3.608	2,0
3. Kleinmöbel	1.675	3,2
4. Bilderrahmen	377	-1,3
5. Leuchten	2.119	5,5
6. Schmuck	3.627	6,2
7. Uhren	1.768	10,4
8. Gartenausstattung	1.881	- 4,5
Summe	21.156	2,5

Management Report „So schenkt Deutschland“: Einzelhandel beliebt

Mehr als drei Viertel der befragten Deutschen kaufen ausschließlich oder überwiegend im stationären Handel Geschenke.

Sie legen Wert auf persönliche Beratung und Produktvorführungen vor Ort.

Wo wurden die Geschenke in den letzten 12 Monaten gekauft?

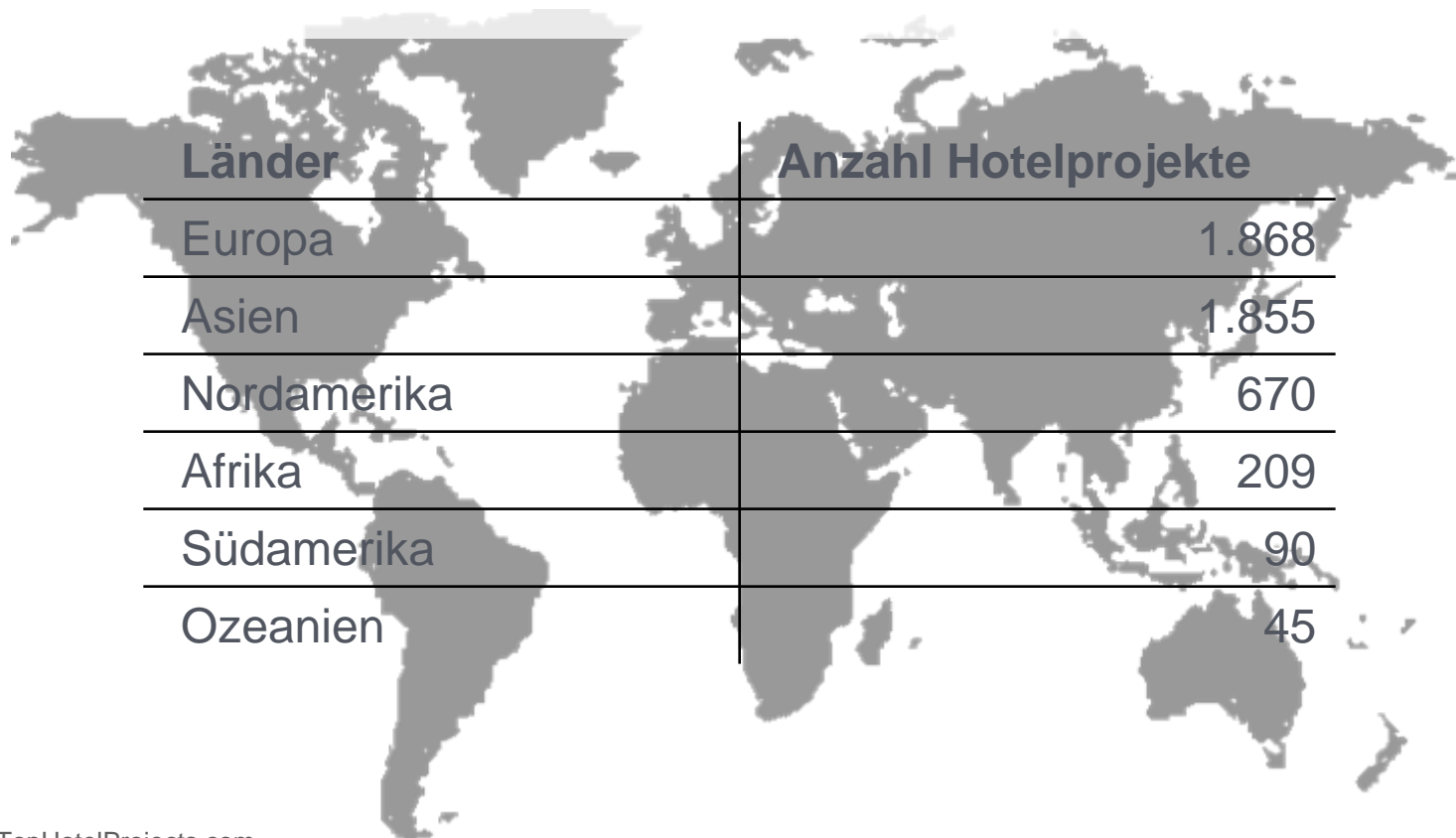


Contract Business – ein Trend in der Konsumgüterbranche

- Das geschätzte inländische Marktvolumen im Bereich Contract Business für Segmente wie Glas, Porzellan, Wohndesign und Geschenke hat eine Größenordnung von rund 2 Milliarden Euro. (Quelle: Branchenschätzungen)
- Die Investitionssumme für Hotelprojekte in Deutschland liegt bei über 10,4 Milliarden Euro im Jahr 2010. (Quelle: Hotelverbands IHA e.V.)
- Deutschlandweit sind derzeit über 450 Hotel-Bauvorhaben im Gange. (Quelle: DEHOGA Bundesverband)



Beispiel: Top-Hotel-Projekte weltweit Stand: Februar 2012



Quelle: TopHotelProjects.com

Contract Business

Maßnahmen für das Programm

- Visualisierung der Aussteller zwecks besserer Auffindbarkeit mit Logos und Symbolen
 - im Katalog
 - im Internet
 - auf der Messe
- Matchmaking-Portal im Internet für Aussteller und Einkäufer
- Produktschau zum Thema „Contract Business“ (Halle 4.1) mit Führungen, Contract Business Lounge (Foyer Halle 4.2)
- Vorträge und Führungen für Contract Business-Einkäufer und -Entscheider



Zusammenfassung

- Auch die **Ambiente ist 2012 auf Kurs** – mehr Aussteller, mehr Bruttoquadratmeter.
- Die guten gesamtwirtschaftlichen Zahlen bilden die Basis für ein **erfolgreiches Jahr der Konsumgüterbranche**.
- Das Schwerpunktthema **Contract Business** bietet für die gesamte Branche **großes Potenzial** und ist ein wichtiger Vertriebsweg für die Zukunft.

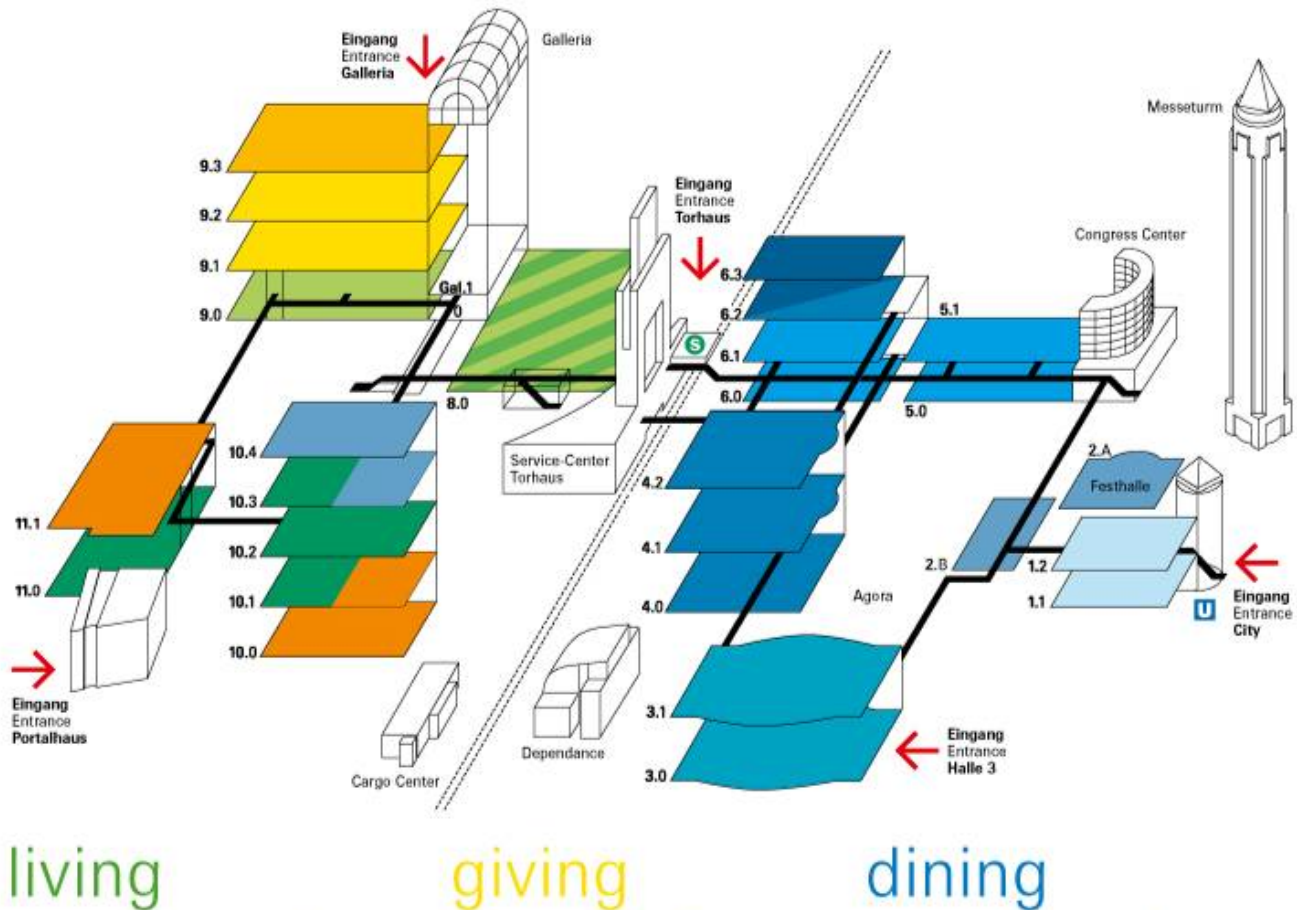
Pressekonferenz Ambiente 2012

Nicolette Naumann
Bereichsleiterin
Ambiente/Tendance

Frankfurt am Main, 07.02.2012



Die Ambiente 2012 im Überblick



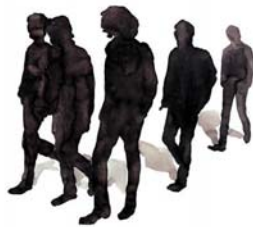
Inspirationsquelle Ambiente: Design, Trends und Events



1 ELECTRIC ROMANCE



2 DARK ATTITUDE



3 LIGHT INNOCENCE



4 RADIANT MODERNITY



Inspirationsquelle Ambiente: Design, Trends und Events

NEU: „Solutions“ (Halle 4.0)

- technische Neuheiten aus dem Bereich Dining, insbesondere Küche und Haushalt
- kuratiert von Sebastian Bergne



Inspirationsquelle Ambiente: Design, Trends und Events

Nachwuchsförderung:

- **Talents – 41 Newcomer aus 18 Ländern**
 - Loft (Halle 11.0)
 - Table (Halle 4.0)
 - **NEU:** Carat (Halle 9.3)
- **Next – 22 Teilnehmer aus 9 Ländern**
 - Loft (Halle 11.0)
 - Carat (Halle 9.3)



Design Hot Spot Ambiente

Ausgezeichnet in Design und Qualität: Preisverleihungen



Rat für Formgebung
German Design Council

– **German Design Award 2012**

- ausgerichtet vom Rat für Formgebung
- Ausstellung der prämierten Produkte im Portalhaus
- Preisverleihung
am 10.02.2012, 14.00 Uhr Halle 2B, Raum Panorama
- zusätzlich: Pressekonferenz
„Umsatztreiber Design“
am 08.02.2012, 12.00 Uhr, Messeturm, 19. Stock

Design Hot Spot Ambiente

Ausgezeichnet in Design und Qualität: Preisverleihungen

DESIGN PLUS

– Design Plus

- Ausgerichtet von der „Initiative Form und Leben“
- Träger: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Rat für Formgebung, Deutscher Industrie- und Handelskammertag
- Ausstellung der prämierten Produkte in der Galleria 1
- 22 Preisträger - 18 Unternehmen - 10 Länder



Design Hot Spot Ambiente

Preisverleihungen:



– **Plagiarius (Foyer 5.1/6.1):**
ausgerichtet von der Aktion Plagiarius e. V.



– **Kücheninnovationspreis (Foyer 5.1/6.1):**
ausgerichtet von der FoodVision Deutschland GmbH



– **ProK – Produkt des Jahres (Halle 5):**
ausgerichtet vom Fachverband Kunststoff Konsumwaren e.V.

Partnerland Dänemark

Erstmalig Partnerland-Programm zur Ambiente

- führende Position Dänemarks beim Thema Design
- exklusive Kooperation mit dem „Dansk Design Center“
- Sonderpräsentation „10+ Design Forecast – Future Living“
- Thementag „Denmark Day“ am 13. Februar 2012 mit:
 - Vortragsprogramm
 - Rundgang mit Prinzessin Benedikte von Dänemark

DDC®

Dansk Design Center
Danish Design Centre



Ambiente – eine führende Messemarke ...

Die weltweite Leitmesse im Konsumgütersegment macht ihren Claim erlebbar und ist daher:

- der Branchentreff
- Marktplatz der Industrie und des Handels
- Innovationsplattform
- Internationaler Design Hot Spot
- Nachwuchsschmiede
- „Gütesiegel“ für Aussteller und deren Produkte

Im Fokus:

Kreation von Newswert für Endverbraucher via

- Partnerland
- Thementage
- Spezielle Sonderschauen



...vertreten rund um den Globus



Einladung:

Internationale Pressekonferenz

interiorlifestyle TOKYO

Sonntag, 12. Februar 2012, 17.00 Uhr

Halle 4, Saal Europa



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

Presse

7. Februar 2012

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Erdmann Kilian
Tel. +49 69 75 75-5871
Fax +49 69 75 75-6337
Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com
20120207_WiPK_PM_Ambiente 2012.doc

Positive Branchenstimmung vor Eröffnung der Ambiente: Weltleitmesse für Konsumgüter ist ausgebucht

Messe-Chef Braun: „Die Konsumgüterbranche hält Kurs und trägt entscheidend zur Stabilität der Konjunktur bei“

Neuigkeiten auf der Ambiente 2012: Contract Business, Partnerland Dänemark, Sonderschau Solutions

Positive Verkaufszahlen sorgen im Vorfeld der Weltleitmesse Ambiente für Optimismus in der Konsumgüterbranche: 3 Prozent¹ betrug im vergangenen Jahr die Wachstumsrate für Einrichtungsgegenstände und Geräte für den Haushalt. Damit legten die Verkaufszahlen für Produkte, die auch auf der Ambiente präsentiert werden, überdurchschnittlich stark zu. Die Steigerungsrate des privaten Konsums insgesamt lag real bei 1,5 Prozent. „Die Konsumgüterbranche hält Kurs und trägt damit entscheidend zur Stabilität der Konjunktur bei“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Das sind besonders in wirtschaftlich volatilen Zeiten sehr gute Nachrichten, die wir vor der erneut ausgebuchten Leitmesse der Branche verkünden können.“ Die enorme Bedeutung der Ambiente unterstreicht zudem der Besuch des Bundeswirtschaftsministers Dr. Philipp Rösler. Er wird am kommenden Freitag, 10. Februar, die Ambiente eröffnen.

Gute Nachrichten gibt es auch von der Ambiente selbst. „Mit 4.543 Ausstellern aus 87 Ländern und einer Bruttofläche von 330.000 Quadratmetern entwickelt sich die Weltleitmesse 2012 erneut positiv,“ so Braun weiter. Im Vorjahr präsentierten sich 4.442 Hersteller aus 85 Ländern auf einer Bruttofläche von 320.000 Quadratmetern.² Die Internationalität nimmt ebenfalls zu: Drei Viertel

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

¹ Quelle: Statistisches Bundesamt

² FKM zertifiziert

Seite Page 2

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

der ausstellenden Unternehmen kommen aus dem Ausland (2011: 73 Prozent).

forsa-Umfrage zu privaten Kaufentscheidungen

Grund für die positive Stimmung in der Branche ist in erster Linie der stabile private Konsum. Das unterstreichen auch die Ergebnisse einer repräsentativen forsa-Umfrage³: So haben 60 Prozent der befragten Arbeitnehmer, die Weihnachtsgeld erhalten haben, dieses wieder ausgegeben. Fast jeder Vierte hat sein Weihnachtsgeld in Einrichtungsgegenstände investiert. Und die Chancen stehen gut, dass die Konsumlaune auch 2012 anhält. Mehr als zwei Drittel der Befragten planen in diesem Jahr ähnlich viel Geld oder sogar mehr für typische „Ambiente-Güter“ auszugeben.

Contract Business im Fokus

Eines der zentralen Themen in diesem Jahr ist „Contract Business“. In diesem Geschäftsfeld geht es um die Ausstattung ganzer Objekte – beispielsweise von Hotels oder Restaurants – mit Produktserien wie Geschirr oder Leuchten. Das inländische Marktvolumen im Bereich Contract Business für Segmente wie Glas, Porzellan, Wohndesign und Geschenke wird mittlerweile auf etwa zwei Milliarden Euro⁴ geschätzt. „Schon heute ist Contract Business ein Marktsegment mit großen Zuwachsraten. Und die Bedeutung des zukunftsweisenden Vertriebswegs wird weiter zunehmen“, sagt Stephan Kurzawski, Mitglied der Geschäftsleitung Exhibition. Allein im vergangenen Jahr ist beispielsweise die Investitionssumme in Hotelprojekte in Deutschland auf mehr als 10,4 Milliarden Euro gestiegen.⁵ Auch auf dem Markt für Kreuzfahrten ist derzeit kein Ende des Booms in Sicht. Das Zusatzangebot auf der diesjährigen Ambiente zum Thema Contract Business umfasst neben einer

³ Befragt wurden 1.007 Personen ab einem Alter von 18 Jahren im Zeitraum vom 11. bis 13. Januar 2012. Auftraggeber: Messe Frankfurt Exhibition GmbH

⁴ Quelle: Branchenschätzungen 2011

⁵ Quelle: Hotelverband IHA e.V.

Seite Page 3

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Sonderschau und einem eigens eingerichteten Vortrags- und Meetingareal auch eine neue Business-Plattform im Internet: „Über unser Matchmaking-Portal vernetzen wir die bereits 180 angemeldeten Contract Business-Anbieter mit ihren Einkäufern schon vor der Ambiente. Dadurch können beide Seiten ihren Messebesuch noch effizienter vorbereiten und vor Ort gestalten“, ergänzt Kurzawski.

Highlights der Ambiente 2012: Partnerland und Sonderschauen

Neben dem Schwerpunktthema Contract Business wartet die Ambiente in diesem Jahr mit weiteren Neuheiten auf. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Dänemark ein so hochkarätiges Partnerland gewinnen konnten. Neben unseren dänischen Ausstellern wie Eva Solo oder Stelton informiert eine Sonderpräsentation unter dem Titel „10+ Design Forecast Denmark – Future Living“ über nachhaltiges dänisches Design,“ sagt Nicolette Naumann, Bereichsleiterin Ambiente/Tendence. „Zudem zeigen wir in unserer Sonderschau Solutions clevere Produkte, die zukünftig in der Küche die Arbeit erleichtern werden.“ Neben diesen Premieren gehören auch in diesem Jahr Highlights wie der Nachwuchswettbewerb Talents, der Plagiarus oder der Designplus-Preis zum Programm.

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen sowie Bildmaterial von der Ambiente in druckfähiger Qualität finden Sie unter:

www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Seite Page 4

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).

Presse

26. Januar 2012

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Anja Körner
Tel. +49 69 75 75-6643
Fax +49 69 75 75-6757
anja.koerner@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com
AM_Statistik_2012_dt.doc

Ambiente 2012: Aussteller nach Ländern

Aussteller insgesamt:

	2012	2011*
Inland	1.129	1.203
Ausland	3.414	3.239
Gesamt	4.543	4.442
Anzahl Länder	87	85

Ausstellungsfläche (brutto):

	2012	2011*
	330.000	320.000

Aussteller nach Ländern:

	2012	2011*
Andorra	1	1
Ägypten	11	12
Algerien	--	4
Argentinien	--	1
Äthiopien	--	2
Australien	8	9
Bangladesch	19	23
Belgien	55	48
Benin	1	1
Brasilien	24	28
Brunei	1	1
Bulgarien	5	3
Chile	4	5
China	439	335
Dänemark	84	59
Deutschland	1.129	1.203
Ecuador	1	2
El Salvador	1	1
Estland	5	1
Finnland	19	15

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

Seite Page 2

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Frankreich	145	122
Ghana	1	--
Griechenland	21	17
Großbritannien	112	101
Honduras	1	--
Hongkong/China	168	170
Indien	408	355
Indonesien	59	62
Iran	9	7
Irland	4	3
Israel	21	15
Island	1	--
Italien	332	328
Japan	77	55
Jordanien	1	--
Kanada	10	11
Kenia	2	5
Kolumbien	5	6
Kroatien	2	2
Lettland	3	3
Libanon	--	1
Liechtenstein	1	1
Litauen	11	14
Luxemburg	3	2
Makedonien	--	1
Malaysia	3	13
Mali	1	2
Malta	1	--
Marokko	2	6
Mexiko	2	2
Nepal	13	12
Neuseeland	2	--
Niederlande	151	145
Nigeria	1	1

Seite Page 3

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Norwegen	2	3
Oman	1	1
Österreich	61	63
Pakistan	17	7
Palästina	6	1
Peru	7	6
Philippinen	34	51
Polen	57	55
Portugal	66	62
Rumänien	23	26
Russland	6	6
Saudi-Arabien	2	2
Schweden	52	44
Schweiz	53	60
Senegal	2	--
Serbien	2	2
Singapur	2	6
Slowakische Republik	1	2
Slowenien	16	15
Spanien	93	88
Sri Lanka	5	8
Südafrika	31	49
Südkorea	51	42
Syrien	1	1
Taiwan	148	153
Tansania	1	1
Thailand	91	126
Tschechische Republik	46	52
Tunesien	18	21
Türkei	114	110
Uganda	1	2
Ukraine	3	3
Ungarn	6	7
Uruguay	1	1

Seite Page 4

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

USA	73	83
Vereinigte Arabische Emirate	7	3
Vietnam	61	62
Weißrussland	2	2

Aussteller nach Angebotsbereichen:

	Inland	Ausland	Gesamt
Dining	302	1.825	2.127
Living	312	834	1.146
Giving	515	755	1.270
Gesamt	1.129	3.414	4.543

*Alle genannten Zahlen unterliegen der Kontrolle eines Wirtschaftsprüfers, der von den Mitgliedern der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) berufen wird.

Presse

Januar 2012

Ambiente

Internationale Frankfurter Messe

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Christopher Sparkes
Tel. +49 69 75 75-6221
Fax +49 69 75 75-6757
Christopher.Sparkes@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com
Solutions_AM_dt

Neue Ambiente-Sonderschau „Solutions“ zeigt clevere Konsumgüter mit hoher Marktrelevanz

Im Interview: Sebastian Bergne, Kurator „Solutions“

Clevere Lösungen sind bei den Konsumenten gefragt, vor allem wenn es um Kochen, Genuss und Tafeln geht. Neue Materialien, Techniken und Gestaltungsmerkmale zeichnen die Konsumgüterprodukte der Zukunft aus. Die neue Sonderschau „Solutions“ gibt im Foyer der Halle 4.0 einen Überblick und zeigt echte Innovationen. Konzipiert von der Messe Frankfurt für die Weltleitmesse Ambiente, verfolgt „Solutions“ dabei einen neuen Ansatz, den Bereichsleiterin Nicolette Naumann erläutert „Wir haben dieses Format entwickelt um Einkäufer auf der Ambiente gezielt über Innovationen bei Produkten zu informieren, die eine hohe Marktrelevanz bei verschiedenen Verbrauchergruppen haben, sich aber nicht vorrangig über den Designaspekt definieren und somit nicht den Auswahlkriterien eher designorientierter Sonderschauen entsprechen.“

Das Video-Interview zu „Solutions“ mit dem Designer Sebastian Bergne finden Sie auf www.ambiente.messefrankfurt.com oder als Filmmaterial zum Download unter: www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten.

Interview mit Sebastian Bergne:

Wie schwierig ist es, im heutigen Konsumgütermarkt Innovation zu schaffen?

Ich halte es heutzutage für sehr schwierig, wirklich innovative Konsumgüter zu entwickeln. Doch wir sollten es unbedingt versuchen. Denn besonders in unserer modernen Welt wird es immer wichtiger, neue Produkte nicht nur zu oberflächlichen Neuauflagen zu machen, sondern ihnen etwas wirklich Innovatives zu geben. Und Innovation kann hier auch eine ganz kleine Neuheit sein, keinesfalls muss das Rad neu erfunden werden. Ein intelligenter Materialeinsatz oder eine

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

Seite 2

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

clevere Idee, immer verbunden mit einem bestimmten Vorteil für den Verbraucher – das ist es, was zählt. Natürlich kann das auch etwas ganz Großes sein. Doch es gilt immer zu bedenken, dass jedes Unternehmen seine eigene Kundengruppe und sein eigenes Segment bedient, und dass es seinen Markt kennt. Und so muss jedes Unternehmen die Innovation entwickeln, die zu seinem Markt passt und die Erwartungen seiner Verbraucher erfüllt.

Warum ist die Ambiente der richtige Ort, um eine Sonderschau wie "Solutions" auf den Weg zu bringen?

Ich finde, die Ambiente bietet das ideale Umfeld für eine Ausstellung dieser Art, allein aufgrund der vielen unterschiedlichen Aussteller, die dort ihre Produkte präsentieren. Bei einer so großen Messe sind Firmen des gesamten Spektrums vertreten: Ob Dritthersteller, designorientierte Unternehmen oder kleine, individuelle Designer – alle stellen unter einem Dach aus. In diesem Umfeld haben wir eine riesige Auswahl an Produkten, die für unsere Sonderschau potenziell in Frage kommen.

Was erwartet die Besucher der Sonderschau "Solutions" zur Ambiente in Frankfurt?

Die Idee ist im Gespräch mit Nicolette Naumann (Bereichsleiterin der Ambiente) entstanden. Wir haben überlegt, nach welchen Kriterien wir eine Produktauswahl der anderen Art für die Messe Frankfurt treffen und in einer Ausstellung präsentieren können. Es gibt Design Plus und es gibt die Trendschauen, doch wir wollten eine Auswahl, die sich eher an der Sichtweise des "Normalverbrauchers" orientiert. Er hat nicht denselben Anspruch an die Gestaltung eines Produkts wie ein sehr designorientierter Konsument. Ihm geht es vielleicht mehr um Ideen und Innovationen – und um die Funktionen, die ein neues Produkt für ihn erfüllt. So hat das Konzept von "Solutions" nach und nach Gestalt angenommen: Die Produkte, die dort ausgestellt werden, sollten etwas Neues haben. Sie sollten besonders funktional sein oder neue Materialien verwenden. Oder aber sie sollten bekannte Materialien in einem ganz neuen Kontext zeigen. Die



Seite 3

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Unternehmen sollen hier ihre eigenen Entwicklungen vorstellen. Es geht nicht so sehr um den visuellen Designaspekt, sondern eher darum, wie der Benutzer von den Produkten profitieren würde. Unternehmen, die sich um Innovation bemühen, aber vielleicht in einem anderen Markt aktiv sind, bekommen hier die Chance, ihre Produkte optimal in Szene zu setzen. Was die Besucher meiner Ansicht nach von "Solutions" erwarten können, ist eine Zusammenstellung ausgewählter Produkte. Es handelt sich hierbei nicht um eine Auszeichnung im Sinne eines Preises: Wir wollen Produkte zeigen, auf die wir gestoßen oder die uns begegnet sind und die uns aus irgendeinem Grund begeistern, weil hinter ihnen eine Idee steckt. Das kann eine kleine Idee sein oder eine große – Hauptsache, sie ist sinnvoll entwickelt und zeigt den Nutzen für den Verbraucher. Mögen einige dieser Produkte auch schlichtweg "undesigned" aussehen: Ihr großes Plus ist vielleicht eine tolle Idee, wofür sie in meinen Augen einen Platz unter den Exponaten in "Solutions" verdient haben.

Wie werden Sie den Besuchern die Sonderschau "Solutions" präsentieren?

Ich halte es für sehr wichtig, dass die Sonderschau die Produkte unmittelbar verständlich präsentiert. Dies würde der Art von Produkten gerecht werden, die wir ausgewählt haben. Das Umfeld sollte möglichst neutral sein, uns schwebt eine fabrikähnliche Atmosphäre vor. Neben jedem Produkt erklärt ein Video, was das Exponat neu oder so besonders macht, und vermittelt dem Betrachter das Gefühl, er probiere es gerade selber aus. So ersetzt ein kurzer animierter Filmclip gewissermaßen die Beschriftung der Exponate – ganz direkt und unmittelbar. Wir wollen keine komplizierte Konzeptausstellung, die gesamte Schau lebt von ihrer Verständlichkeit und Klarheit.

Inwiefern spiegelt die Sonderschau "Solutions" Ihre eigenen Erfahrungen als Designer wider?

Die Erfahrungen meines Unternehmens rund um die Themen Design und Gestaltung sind sehr vielfältig. Das ist auch einer der Gründe, warum mich Nicolette Naumann nach unserem interessanten Ge-



Seite 4

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

sprach gefragt hat, ob ich mich nicht in das Projekt einbringen möchte. Wir arbeiten einerseits mit großen multinationalen Konzernen zusammen, die Produkte für den Massenmarkt herstellen und über Supermärkte vertreiben. Der Käufer erfährt nicht, wer der Designer ist – das Produkt wird für einen bestimmten Verbraucher entworfen, der damit ein bestimmtes Problem lösen will. Mit diesem Konzept haben meine Kunden Erfolg. Auf der anderen Seite entwerfen wir Nischenprodukte für designorientierte Marken oder werden auch von öffentlicher Hand mit besonderen Aufträgen betraut. In diesen Fällen ist das Ergebnis natürlich viel enger mit mir und meinem Namen verbunden. Hier sind das Produkt und die Lösung eines Problems Ausdruck unserer persönlichen Kreativität. Es ist diese Bandbreite unserer Erfahrung, die das Thema von "Solutions" in vollem Umfang abdeckt.

Internationale Leitmesse Ambiente

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse und weltweite Nummer 1 für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Geschenk- und Dekorationsartikel sowie Wohn- und Einrichtungsaccessoires. Zum Start des Geschäftsjahres zeigen 4.500 Aussteller auf 330.000 Bruttoquadratmetern fünf Tage lang, was 2012 in den Geschäften rund um den Globus zu sehen sein wird. Ein Must ist die Ambiente aber nicht nur wegen ihres einzigartigen Produktangebots, das in Breite und Tiefe weltweit ihresgleichen sucht: Die weltweit bedeutendste Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Events, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen, das Filmmaterial zu diesem Interview sowie Bildmaterial von der Ambiente in druckfähiger Qualität finden Sie unter: www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales

Seite 5

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).

Presse

Januar 2012

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Anja Körner
Tel. +49 69 75 75-66 43
Fax +49 69 75 75-67 57
anja.koerner@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com
Contract_Business_AM_dt

Matchmaking-Plattform für Contract Business ab jetzt online

Sonderschau „Contract Business“ auf der Ambiente 2012

4.000 Tassen aus feinem Porzellan, 2.000 Champagnerkelche aus hauchdünnem edlen Glas, 50 Leuchten aus Sterlingsilber: Beim Contract Business geht es um die Ausstattung von ganzen Großobjekten wie Hotels, Kreuzfahrtschiffen, Kongresszentren oder Restaurants mit Produkten für die Bereiche Tisch und Küche, Wohnaccessoires, Möbel oder saisonale Dekoration. Diesem wachsenden Markt widmet die Ambiente als international bedeutendste Konsumgütermesse vom 10. bis 14. Februar 2012 einen Themenschwerpunkt.

Bereits jetzt im Vorfeld der Ambiente können Contract Business-Einkäufer wie Innenarchitekten, Bootsbauer und Gastronomen auf der **Matchmaking-Plattform**, <http://contract-ambiente.messefrankfurt.com>, Unternehmen finden, die im Objektgeschäft tätig sind und ganzheitliche Ausstattungskonzepte anbieten. Mittels digitaler Kalenderfunktion lässt sich nebenbei auch gleich ein Termin für ein persönliches Treffen auf der Messe vereinbaren. „Immer mehr Fachbesucher der Ambiente sind auf der Suche nach Herstellern, die mit ihrem Angebot deren spezifisches Objektgeschäft abdecken können,“ berichtet Thomas Kastl, Objektleiter der Ambiente. „Die Matchmaking-Plattform bringt Contract Business-Einkäufer und -Anbieter zusammen und bietet die Möglichkeit, sich schon vor der Messe zu informieren und geschäftliche Kontakte zu knüpfen,“ so Kastl weiter. Aussteller wie Dibbern, Kahla, Kare Design, Kristallglasfabrik Spiegelau, Robbe & Berking oder Zwilling präsentieren sich bereits mit ihrem Profil auf der Online-Plattform.

Um den Einkäufern auch „offline“ auf der Messe die Orientierung so einfach wie möglich zu machen, werden die Messestände der Contract Business-Anbieter entsprechend gekennzeichnet.

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

Seite 2

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Daneben bietet die Ambiente erstmalig ein spezielles Fachbesucherprogramm an: Dazu gehören sowohl Führungen durch ausgesuchte Fünf-Sterne-Hotels in Frankfurt, die exklusive Contract Business Lounge im Foyer der Halle 4.2 als Treffpunkt für die Zielgruppe als auch die Sonderschau „Contract Business – Interior & Dining Concepts for Commercial Projects“. Gestaltet und kuratiert wurde die Sonderschau von Helga Janzon. „Da es unterschiedliche Zielgruppen gibt, greifen wir auch verschiedene Stilrichtungen auf,“ erzählt die Interior Designerin aus Hannover. In angedeuteten „Häusern“ zeigt Janzon vier Themenwelten: „Landhaus klassisch und modern“ – ein Stil geprägt von Hölzern, hellen Farben und Naturmaterialien. Bei „Haus am See oder Yachteinrichtung“ unterliegen die Materialien und Produkte hoher Funktionalität. „Stadthaus“ dagegen bezeichnet einen puristischen Stil, der mit reduzierten Formen und neuen Materialien wie Betonoberflächen oder Kunststoffgeflecht einhergeht. Beim „klassischen Stil“ kommen traditionelle Formen, Farben und Muster zum Einsatz kombiniert mit hochwertigen Materialien wie Wolle oder Bone China. „Die Inszenierung lebt von ungewöhnlichen Materialzusammenstellungen und der Kombination verschiedener Stile,“ so die Kuratorin. Einkäufern gibt die Sonderschau einen komprimierten Überblick über verschiedene Warengruppen sowie die Möglichkeit, auf der Ambiente direkt und unkompliziert Kontakt zu den entsprechenden Ausstellern zu knüpfen.

Exklusive Führungen:

Durch die Sonderschau „Contract Business – Interior & Dining Concepts for Commercial Projects“ im Foyer der Halle 4.1 führt die Kuratorin Helga Janzon am 10. und 12. Februar, jeweils um 16.30 Uhr.

Interior Design auf höchstem Niveau erleben die Contract Business-Einkäufer am 11. und 13. Februar jeweils um 16 Uhr bei den Führungen durch die Fünf-Sterne-Häuser Villa Kennedy und das

Seite 3

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Jumeirah Hotel in Frankfurt. Anmeldung und Treffpunkt ist die Contract Business Lounge im Foyer der Halle 4.2.

Internationale Leitmesse Ambiente

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse und weltweite Nummer 1 für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Geschenk- und Dekorationsartikel sowie Wohn- und Einrichtungsaccessoires. Zum Start des Geschäftsjahres zeigen 4.500 Aussteller auf 330.000 Bruttoquadratmetern fünf Tage lang, was 2012 in den Geschäften rund um den Globus zu sehen sein wird. Ein Must ist die Ambiente aber nicht nur wegen ihres einzigartigen Produktangebots, das in Breite und Tiefe weltweit ihresgleichen sucht: Die weltweit bedeutendste Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Events, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen sowie Bildmaterial von der Ambiente in druckfähiger Qualität finden Sie unter:
www.ambiente.messefrankfurt.com.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).

Presse

Januar 2012

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Christopher Sparkes
Tel. +49 69 75 75-6221
Fax +49 69 75 75-6757
Christopher.Sparkes@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com
AM_Ankuendigung_HRH_dt

Royaler Besuch auf der Ambiente 2012

Am 13. Februar besucht Ihre Königliche Hoheit Prinzessin Benedikte von Dänemark dänische Aussteller und die Sonderschau kuratiert vom Dansk Design Center

Die Ambiente 2012 steht ganz im Zeichen des renommierten Designstandortes Dänemark. Am ersten Ambiente-Partnerlandprogramm nehmen neben dänischen Unternehmen auch etablierte Designer des skandinavischen Landes teil. Zentrale Anlaufstelle auf der Messe ist die unter dem Titel „10+ Design Forecast Denmark – Future Living“ zusammen mit dem Dansk Design Center gestaltete Sonderpräsentation zu nachhaltigem Design in der Galleria 1.

Am 13. Februar – dem eigens ins Leben gerufenen Denmark Day – wird Ihre Königliche Hoheit Prinzessin Benedikte von Dänemark im Rahmen eines Rundgangs etablierte dänische Designer und Unternehmen treffen. Danach ist ein Besuch der Sonderausstellung geplant.

Dazu Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt: „Der Besuch Ihrer Königlichen Hoheit Prinzessin Benedikte ist eine große Ehre für uns. Er wird einer der Höhepunkte der Ambiente 2012 sein. Ein Besuch der Schwester der dänischen Königin belegt, dass Frankfurt „the place to be“ ist, wenn es um Design, Innovation und Nachhaltigkeit in der Konsumgüterbranche geht.“

Internationale Leitmesse Ambiente

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse und weltweite Nummer 1 für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Geschenk- und Dekorationsartikel sowie Wohn- und Einrichtungszubehör. Zum Start des Geschäftsjahres zeigen die Aussteller auf 330.000 Quadratmetern fünf Tage lang, was 2012 in den Geschäften

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main



messe frankfurt

Seite 2

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

rund um den Globus zu sehen sein wird. Ein Must ist die Ambiente aber nicht nur wegen ihres einzigartigen Produktangebots, das in Breite und Tiefe weltweit ihresgleichen sucht: Die weltweit bedeutendste Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Events, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen sowie Bildmaterial von der Ambiente in druckfähiger Qualität finden Sie unter:

www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).

Presse

Januar 2012

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe
Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Patricia Fritzsche
Tel. +49 69 75 75-6087
Fax +49 69 75 75-6757
Patricia.Fritzsche@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ambiente.messefrankfurt.com
HighlightsII_AM_dt

Ambiente 2012: Alle Highlights zur Leitmesse auf einen Blick

Starke Ideen, attraktive Impulse und aufregende Neuheiten – mit rund 4.500 Ausstellern auf 330.000 Quadratmetern und 27 Hallenebenen ist die Ambiente die größte und bedeutendste Konsumgütermesse der Welt. Insbesondere ihre Sonderschauen, Förderprogramme und Preisverleihungen machen sie zum Pflichttermin für die gesamte Branche. Hier ein Überblick.

Neu 2012: Partnerland Dänemark

In Sachen Design befinden sich die Dänen schon seit Jahren in führender Position – ein renommierter Standort für avantgardistisches Design, formschöne und alltagstaugliche Gestaltung. Diesen wichtigen Design-Standort konnte die Messe Frankfurt 2012 als Partnerland der Ambiente gewinnen. Die Sonderpräsentation „10+ Design Forecast Denmark – Future Living“, die in Zusammenarbeit mit dem Danish Design Centre in der Galleria 1 inszeniert wird, zeigt wie Produkte in der Zukunft gestaltet sein sollten. Sie präsentiert Ideen für nachhaltige Design-Lösungen und gibt Einblicke in die Faktoren, die jetzt und in Zukunft für gutes Design verantwortlich sind. Der Denmark Day am Montag, den 13.2.2012, lädt zwischen 11.00 und 15.00 Uhr mit spannenden Vorträgen und außergewöhnlichen Aktionen zum verweilen, informieren und diskutieren in die Galleria. Ein Rundgang und anschließender Empfang im Sonderschauareal mit Vertretern des dänischen Königshauses, von Wirtschaft, Politik und Kultur aus Dänemark und Deutschland schließt den Thementag ab.

Neu 2012: Contract Business

Halle 4.1 Foyer

2012 setzt die Ambiente einen Fokus beim Thema „Contract Business“ – der Ausstattung von ganzen Großobjekten wie Hotels, Kreuzfahrtschiffen, Kongresszentren oder Restaurants mit Produkten für die Bereiche Tisch und Küche, Wohnaccessoires, Möbel oder saisonale Dekoration. Eine Sonderschau mit Führungen,

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

Seite Page 2

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Vorträgen und Produkten der etwa 180 Ambiente-Aussteller des „Contract Business“-Bereiches gibt es im Foyer der Halle 4.1. Kuratiert und gestaltet wird sie von Helga Janzon. Bereits jetzt können Contract Business-Einkäufer wie Innenarchitekten, Bootsbauer und Gastronomen auf der Matchmaking-Plattform, <http://contract-ambiente.messefrankfurt.com>, Unternehmen finden, die ganzheitliche Ausstattungskonzepte anbieten. Mit der digitalen Kalenderfunktion lässt sich nebenbei auch ein Termin für ein persönliches Treffen auf der Messe vereinbaren.

Neu 2012: Solutions

Halle 4.0 Foyer

Die Sonderpräsentation „Solutions“ steht ganz unter dem Thema „neu“: Neue Materialien, neue Techniken und neue Eigenschaften zeichnen die Konsumgüterprodukte der Zukunft aus. „Solutions“ - kuratiert und gestaltet von Designer Sebastian Bergne - gibt im Foyer der Halle 4.0 einen Überblick und zeigt echte Innovationen.

Talents

Neu 2012: Carat: Halle 9.3

Loft: Halle 11.0

Table: Halle 4.0

Den optimalen Start für die Design-Karriere bieten Jahr für Jahr die beiden internationalen Konsumgütermessen Ambiente und Tendence. Das Förderprogramm „Talents“ hat sich als das Karrieresprungbrett der Designszene etabliert. Bei „Carat“ haben junge Schmuckdesigner erstmals die Möglichkeit, ihre Kreationen im internationalen Umfeld der Halle 9.3 zu präsentieren. Newcomer mit den Schwerpunkt Interior Design sind in der Halle 11.0 bei „Loft“ zu finden; in Halle 4.0 bei „Table Contemporary Design“ zeigen Jungdesigner Produkte für Tisch und Küche.

Seite Page 3

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Ambiente-Trends 2012

Galleria 1

Vorträge: Halle 8.1, Raum Symmetrie 2

Optimismus, viel Farbe, spannende Kontraste und die Reduktion auf das Wesentliche: In den eigenen vier Wänden wird es wieder bunter und unbeschwerter – wie bunt und unbeschwert zeigt die Trendschau in der Galleria 1. Das Stilbüro bora.herke.palmisano hat die vier Trendrichtungen „electric romance“, „dark attitude“, „light innocence“ und „radiant modernity“ recherchiert und setzt diese mit mehreren hundert Produkten aus den neuesten Kollektionen der rund 4.500 Ambiente-Aussteller um. Täglich gibt es um 12 Uhr und 15 Uhr vertiefende Trendvorträge durch die Kuratoren der Ausstellung.

Neu 2012: Plastic Gold

Halle 9.3

Das Projekt „Plastic Gold“ beruht auf einer von der Designerin Florie Salnot entwickelten Technik, die alte Plastikflaschen als Grundlage für ausgefallene Schmuckstücke nimmt. Zur Herstellung werden nur warmer Sand, einfache Handwerkzeuge und etwas Farbe benötigt. Die Präsentation in der Halle 9.3 zeigt eine Auswahl der schönsten Stücke.

Design Plus 2012

Galleria 1

Die Produkte, die das Design Plus-Siegel tragen, sind echte Hingucker. Die Gewinnerprodukte zeichnen sich durch eine exzellente Handhabung, ein besonderes Feature oder eine innovative Technik aus und kombinieren gekonnt Ästhetik mit Funktionalität. Gleich 22 Kreationen von 18 Unternehmen aus zehn Ländern schafften es, die hochkarätig besetzte internationale Jury zu überzeugen. Ihnen wird auf der Ambiente 2012 vom 10. bis 14. Februar der Design Plus Award verliehen. Diese Auszeichnung vergibt die Jury unter strengen Gesichtspunkten hinsichtlich Design, Nutzbarkeit und

Seite Page 4

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Werkstoffeinsatz. Die 22 preisgekrönten Produkte werden in einer Ausstellung in der Galleria 1 gezeigt.

German Design Award 2012

Die Besten der Besten: 50 Awards werden am Freitag, 10. Februar 2012 um 14 Uhr im Saal Panorama im Forum verliehen. Für den German Design Award werden ausschließlich Produkte nominiert, die bereits eine Design-Auszeichnung erhalten haben. Neben Produkten werden auch Leistungen im Kommunikationsdesign prämiert. Größer als jemals zuvor: Auf einer Fläche von knapp 800 Quadratmetern werden die Gewinner des interdisziplinären Awards während der gesamten Messedauer im Portalhaus ausgestellt. Vom Eingang aus gehen die Displayelemente mit den Gold- und Silbergewinnern sonnenstrahlenförmig auseinander und nehmen den gesamten Westteil des Portalhauses ein.

www.german-design-award.com

Next

Loft: Halle 11.0

Carat: Halle 9.3

Der nächste Schritt auf der Karriereleiter: „Next“ richtet sich an junge Firmen mit Designhintergrund, die bereits erste unternehmerische Erfahrungen sammeln konnten und sich fest in der Konsumgüterbranche etablieren möchten. 14 Teilnehmer stellen in Halle 11.0 im Bereich Loft aus, acht bei Carat in Halle 9.3.

Plagiarius

Halle 5.1/6.1 Foyer

Nicht nur die Kreativen werden auf der Ambiente geehrt: Die Aktion „Plagiarius“ prangert Imitationen und Fälschungen an und vergibt am ersten Messetag um 12 Uhr im Kongresscenter Raum Illusion 1-3 den Negativpreis an die Ideenräuber. Die dreistesten Plagiate werden auf der Ambiente mit dem Zwerg mit der goldenen Nase offiziell bloßgestellt und sind in einer Ausstellung im Foyer der Hallen 5.1 und 6.1 zu sehen – gemeinsam mit den Originalen.



Seite Page 5

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

www.plagiarius.com

Kücheninnovation des Jahres 2012

Halle 5.1/6.1 Foyer

Der Preis für die „Kücheninnovation des Jahres“ wird von der Initiative „LifeCare“ ausgeschrieben. Sie würdigt Innovation und herausragende Qualität bei Produkten aus den Bereichen Küche und gedeckter Tisch. Der Preis wird am Samstag, 11. Februar 2012 um 15 Uhr im Foyer Halle 5.1/6.1 verliehen. Alle prämierten Produkte sind in einer Ausstellung zu sehen.

www.kuecheninnovationspreis.de

A Mano

Halle 4.1

Kunsthandwerk, Manufakturarbeiten und Kleinserien von traditionellen Herstellern, aber auch von kleinen Werkstätten und Betrieben stehen bei „A Mano“ in Halle 4.1 im Mittelpunkt. Im Rahmen von „Table Prestige“ mit hochwertigen Anbietern wie Dibbern, Fürstenberg, Herend, Riedel oder Robbe & Berking, bietet die Halle 4.1 für die Teilnehmer das beste Umfeld, um internationale Geschäftskontakte zu knüpfen.

Pro-K Produkt des Jahres 2012

Halle 5.1

Das Beste aus Kunststoff: Die Anwarter des Pro-K Produkt des Jahres Wettbewerb des pro-K Industrieverbands Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V. müssen sich einer strengen Prüfung unterziehen. Die Fachjuroren bewerten nach den Kriterien Funktionalität, Design und Innovation und wählen die Gewinner aus neun Kategorien. Die prämierten Produkte werden in der Ausstellung in der Halle 5.1 erklärt und vorgestellt.

www.pro-kunststoff.de

Seite Page 6

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Für die besondere Pause zwischendurch....

... laden wieder zahlreiche Cafes und Restaurants ein. So beispielsweise das Café „Manufaktur“ in der Halle 4.1, gestaltet von Petra Strickstrock oder das Café „Flowers in Scene“ in Halle 9.3, inszeniert von Phoenix Flowers aus Frankfurt. Dänische Leckereien wie Smørrebrød oder Würstchen warten auf die Gäste in Halle 8.0: Die drei Cafés „Dannebrog & Fisk“, „Dannebrog & Smørrebrød“ und „Dannebrog & Pølser“, gestaltet von Transparent Design Frankfurt, locken nicht nur Skandinavien-Fans.

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen sowie Bildmaterial von der Ambiente in druckfähiger Qualität finden Sie unter:
www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).

Presse

Januar 2012

Ambiente

Internationale Frankfurter Messe

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Christopher Sparkes
 Tel. +49 69 75 75-6221
 Fax +49 69 75 75-6757
 Christopher.Sparkes@messefrankfurt.com
 www.messefrankfurt.com
 www.ambiente.messefrankfurt.com
 TrendsII_AM_dt

Die Ambiente-Trends 2012 werden lebendig!

Im Interview: Claudia Herke vom Stilbüro bora.herke.palmisano

Mit feinem Gespür und großer Erfahrung analysiert das Stilbüro bora.herke.palmisano kontinuierlich die weltweiten Strömungen in Mode, Architektur und Design. Claudia Herke, Cem Bora und Annetta Palmisano haben für die Trendschau auf der Ambiente 2012 vier Trendrichtungen recherchiert und setzen diese in einer eindrucksvollen Präsentation in der Galleria 1 um. Inszeniert werden die Trends mit mehreren hundert Produkten aus den neuesten Kollektionen der rund 4.500 Ambiente-Aussteller. Die Trendvorträge des Designer-Teams sind die perfekte Ergänzung während der Ambiente und finden täglich um 12 Uhr und um 15 Uhr in Raum Symmetrie 2, Halle 8.1 statt.

Interview mit Claudia Herke:

Worauf achten Sie bei der Entwicklung neuer Tendenzen und welche Einflüsse nehmen Sie auf?

Die Welt unterliegt einem unglaublich schnellen Wandel. Wir beachten Emotionen, Strömungen, Gefühle der Menschen, wir setzen den Kontext zu globalen Veränderungen, analysieren, strukturieren, lassen uns beeinflussen von natürlich vielen, vielen Neuheiten. Wir schauen im Design-Markt, was für neue Produkte gibt es, was für neue Oberflächen werden benutzt, welche Materialien stehen im Fokus, welche Stile und Formen werden von den Designern gewählt und aus all diesen Einflüssen finden wir vier maßgebliche Strömungen. Wichtig dabei ist, dass wir unterscheiden zwischen langfristigen Thematiken, ein Gefühl und einen Blick zu entwickeln, welche Trends haben eine Chance, am Markt langfristig zu bestehen und welche Trends unterliegen einem schnellen Faktor, einer Schnelllebigkeit. Das Konsumentenverhalten hat sich auch grundlegend verändert. Auch dort beobachten wir, dass der Konsument sehr, sehr selbständig geworden ist. Er trifft seine Entscheidungen sehr selbstbewusst und stilsicher, ist gut informiert. Die Konsumenten der Zukunft werden immer mehr auf Produkte achten, die einen Wert hinter

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
 Ludwig-Erhard-Anlage 1
 60327 Frankfurt am Main

Seite 2

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

sich haben, die eine Geschichte erzählen, Produkte, die tiefgreifende Entwicklungen durchgemacht haben und weg von dieser Schnelligkeit gehen. Das sind ganz, ganz große Strömungen im Markt, die nicht neu sind, die haben wir schon in den letzten Jahren beobachtet, aber wir geben dem einen großen Stellenwert und das wird uns auch in Zukunft noch weiter begleiten.

Welche Thematiken werden zur Messe vorgestellt?

Aus unserer Recherche haben wir vier maßgebliche Stilrichtungen entwickelt. Die erste Stilrichtung mit dem Namen „Light Innocence“ besteht aus einer Reihe pastellfarbener Töne. Sie steht für Leichtigkeit, für Transparenz. Ein sehr neuer Umgang mit Oberflächen, sehr taktil und sehr haptisch. Das Tageslicht ist ein entscheidender Faktor, helle, lichtdurchflutete Töne, helle lichtdurchflutete Grundstimmung. Im Gegensatz dazu steht unser zweites Thema „Dark Attitude“. Eine dunkle Farbreihe. Die Lichter der Nacht sind maßgeblich. Über allem, über den Materialien und über den Oberflächen liegt ein Glanz. Mystische Eleganz wird kombiniert mit einer kühlen Moderne. Stil und Form sind zurückhaltend, während die Materialität und die Oberflächen sehr dekorativ wirken. Unser drittes Thema, „Electric Romance“, steht für einen folkloristischen und traditionellen Stil. Recycling-Elemente, viel Natur, Holzoberflächen werden gemixt mit Dessinierungen: Folkloristische Dessinierungen und traditionelle Musterungen finden sich zusammen zu einem multikulturellen, ungewöhnlichen Stil. „Radiant Modernity“, unser viertes Thema, eine Farbreihe von vibrierender, leuchtender Farbigkeit. Hier werden ganz, ganz brillante Töne für einen sehr, sehr modernen Stil eingesetzt. Neu ist hier der Umgang mit einer puristisch-reduzierten Aussage in Kombination zu einer vibrierenden Farbigkeit.

Was stellen Sie in Ihren Tendaussagen besonders heraus?

Wir möchten für die Trendschau der Ambiente in der neuen Saison unsere vier Stilwelten sehr lebendig und sehr emotional darstellen. Uns ist es wichtig, eine Klarheit zu schaffen. Der Fachbesucher soll sehr schnell die Thematiken begreifen und ergreifen. Wir möchten informieren und möchten auch vor allen Dingen auch inspirieren. Mit unseren Produkten der Hersteller, mit unserer Auffassung von Stilwelten, von den Farben, Formen und Dessinierungen, die wir in die-

Seite 3

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

sem Trend zeigen werden.

Was ist das Neue an den Trends der kommenden Saison?

Neu für die Saison 2012 ist der Umgang mit Farbe. Ein sehr ungewöhnlicher Umgang mit Farbe. Wir stellen fest, dass in Zeiten der großen Verunsicherung, wo Wirtschaftskrise und Naturkatastrophen doch den Endverbraucher sehr, sehr verunsichern, dass wir eine Aufbruchsstimmung im Markt haben, dass der Mut zur Veränderung da ist und in allem eine gewisse Leichtigkeit zu finden ist, Leichtigkeit die Dinge nicht zu überanalysieren, nicht zu ernst zu nehmen, und auch im Design haben wir das verwertet, wie sehr die Designer sich von so einer Stimmung inspirieren lassen und schöpferisch und kreativ mit dieser Situation umgehen. Zu diesem Zeitpunkt setzen wir sehr auf Farbe, wir haben es im Design und in der Mode ganz stark festgestellt, wie sehr auf Farbe gesetzt wird, und wir empfinden es als sehr, sehr große Chance für den Interior Markt.

Internationale Leitmesse Ambiente

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse und weltweite Nummer 1 für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Geschenk- und Dekorationsartikel sowie Wohn- und Einrichtungsaccessoires. Zum Start des Geschäftsjahres zeigen 4.500 Aussteller auf 330.000 Bruttoquadratmetern fünf Tage lang, was 2012 in den Geschäften rund um den Globus zu sehen sein wird. Ein Must ist die Ambiente aber nicht nur wegen ihres einzigartigen Produktangebots, das in Breite und Tiefe weltweit ihresgleichen sucht: Die weltweit bedeutendste Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Events, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen, das Filmmaterial zu diesem Interview sowie Bildmaterial von der Ambiente in druckfähiger Qualität finden Sie unter: www.ambiente.messefrankfurt.com/journalisten.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales

Seite 4

Ambiente

Frankfurt am Main, 10. bis 14. Februar 2012

Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).

Pressetermine / schedule for the press

Stand: 06.02.2012

Dienstag, 7. Februar 2012 / Tuesday, February 7, 2012

10:00*	Messe Frankfurt GmbH* Wirtschaftspressekonferenz / press conference	Festhalle, Raum Rotunde
--------	--	----------------------------

Donnerstag, 9. Februar 2012 / Thursday, February 9, 2012

9:00	Leifheit AG Wirtschaftspressekonferenz/ press conference	Maritim-Hotel Frankfurt Saal Maritim II
10:00	Fackelmann GmbH & Co. KG Pressekonferenz / press conference	Halle 3.C West, Raum / room Apropos
11:00*	WMF AG Württembergische Metallwarenfabrik Pressekonferenz / press conference	Messturm, 10. Etage
12:00*	Messe Frankfurt Exhibition GmbH* Fotorundgang / press photo tour	Treffpunkt Presse-Center, Torhaus, Ebene 4 / meeting point Torhaus, press centre, level 4

Freitag, 10. Februar 2012 / Friday, February 10, 2012

09:00	Rie Elise Larsen ApS Meet the Designer	Halle / hall 8.0 C66
09:00	Ins & Outs Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 9.0 F81
10:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
10:00	ehrensache Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.1 B93
10:00	Casa Vigar Pressegespräch /press meeting	Halle / hall 11.1 C31
10:30	Fackelmann GmbH & Co. KG Charity-Lauf Robert Wimmer: 64 km auf dem Laufband für einen guten Zweck!	Halle / hall 6.0 B02
11:00 – 12:00	EK/servicegroup	Halle / hall 9.1 FOY

	Pressegespräch / press meeting	Raum / room Logos und Genius
11:30	Fissler GmbH Pressegespräch / press conference	Halle / hall 3.1 G50
12:00 – 13:30	Plagiarius Pressekonferenz und Preisverleihung / press conference and awarding	Congress Center MF Raum / room Illusion 1-3
12:30	Carl Henkel GmbH Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 D60
13:00	KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH Pressekonferenz / press conference Designerin Barbara Schmidt präsentiert die neue Porzellankollektion „Café Sommelier“ / Designer Barbara Schmidt presents the new collection „Café Sommelier“	Halle / hall 4.0 C41
13:00	Elvang Denmark Pressegespräch / press meeting	11.0 F71
13:00	Dhruv International Exports Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 10.3 B 12
13:00 – 14:00	Bundesverband für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V. (GPK) Jahrespressekonferenz / press conference	Halle / hall 3.C West, Raum / room Aspekt
14:00-15:00	ZHH Zentralverband Hartwarenhandel Siegerehrung zur Partnerwahl 2011	Halle / hall 4.0 Raum / room Europa 2
14:00 Uhr	Rat für Formgebung/German Design Council & Messe Frankfurt GmbH Preisverleihung German Design Award 2012	Halle / hall 2.B FORUM Raum / room Panorama
14:00	How-Sit George Strohmaier Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.1 F36
15:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
15:00 – 15:15	Hummel - Manufaktur Rödentel GmbH Firmen- und Produktpräsentation / company and product presentation	Halle / hall 4.1 E15
16:00	SOEHNLE und Leifheit AG Pressekonferenz / press conference	Halle / hall 5.1 B90 C90
16:30	Fackelmann GmbH & Co. KG Charity-Lauf: Interview und Fototermin mit Robert Wimmer und Axel Schulz	Halle / hall 6.0 B02
17:00 – 18:00	Zwiesel Kristallglas AG Pressekonferenz / press conference	Halle / hall 4.1 B05

Samstag, 11. Februar 2012 / Saturday, February 11, 2012

09:00	Rie Elise Larsen ApS Meet the Designer	Halle / hall 8.0 C66
10:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
10:00	Ehrensache Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.1 B93
11:00 – 11:15	Hummel - Manufaktur Rödental GmbH Firmen- und Produktpräsentation / company and product presentation	Halle / hall 4.1 E15
11:00	Römertopf GmbH & Co. KG Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 3.1 G90
15:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
15:00	Initiative LifeCare Preisverleihung Kücheninnovation des Jahres® 2012 powered by ambiente	Halle / hall FOY 5.1/6.1
15:00	Messe Frankfurt Exhibition Upgrade Carat Expertentalk zum Thema Visual Merchandising	Halle / hall 9.3 E52
15:00	Messe Frankfurt Exhibition** Designerrundgang mit Prof. Maier-Aichen / designer tour with Prof. Maier Aichen	Treffpunkt Presse-Center, Torhaus, Ebene 4 / meeting point Torhaus, press centre, level 4
18:00	Ritzenhoff AG 20 years of Art	Halle / hall 4.0 B61A

Sonntag, 12. Februar 2012 / Sunday, February 12, 2012

09:00	Rie Elise Larsen ApS Meet the Designer	Halle / hall 8.0 C66
10:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
11:00	Messe Frankfurt Exhibition** Designerrundgang mit Prof. Maier-Aichen / designer tour with Prof. Maier Aichen	Treffpunkt Presse-Center, Torhaus, Ebene 4 / meeting point Torhaus, press centre, level 4
12:00-16:00	G & B Handels GmbH Autogrammstunde und Produktpräsentation mit Kim Gloss	Halle / hall 9.2 G30
14:00	Messe Frankfurt Exhibition** Designerrundgang mit Prof. Maier-Aichen / designer tour with Prof. Maier Aichen	Treffpunkt Presse-Center, Torhaus, Ebene 4 / meeting point Torhaus, press centre,

		level 4
14:00	KAI Corp. Int. Division / KAI Europe Pressegespräch mit Michèle Bras / press conference with Michèle Bras	Halle / hall 3.1 C10
15:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
15:00 – 15:15	Hummel - Manufaktur Rödental GmbH Firmen- und Produktpräsentation / company and product presentation	Halle / hall 4.1 E15
17:00*	Messe Frankfurt Exhibition* Internationale Pressekonferenz / International Press Conference Interior Lifestyle Tokyo	Halle / hall 4.0 Europa

Montag, 13. Februar 2012 / Monday, February 13, 2012

09:00	Rie Elise Larsen ApS Meet the Designer	Halle / hall 8.0 C66
10:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
11:00	IVSH Industrieverband Schneid- und Haushaltswaren Jahrespressekonferenz / press conference	Halle / hall 3.C West Raum / room Apropos
11:00	EGOTOgether A/S Pressekonferenz / press conference EGO Clean Lights & EGO Clean Bio Lampoil	Halle / hall 4.0 A17
11:00	Metalltex Deutschland GmbH Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 6.0 C01
13:00 – 17:00	KC 6 chaoskind GmbH Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 9.2 C13
15:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
16:00	Salt & Pepper Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 1.1 A15

Montag ist Denmark Day / Monday is Denmark Day

Alle nachfolgend aufgeführten Vorträge finden statt im Vortragsareal Galleria / all speeches take place in the lecture area of Galleria

11:00	Evolution, nicht Revolution – zur Zukunft von dänischem Design / The future of Danish Design – evolution not revolution Nille Juul-Sørensen, CEO Danish Design Centre	Vortragsareal Galleria/ lecture area Galleria
-------	---	--

12:00	Kunst & Handwerk – nachhaltige Perspektiven / Arts & Craft – a sustainable perspective Jesper Moseholm, CEO Anne Black ApS	Vortragsareal Galleria/ lecture area Galleria
13:00	Sichere und grüne Ausstattung für Häuser / Safe and green home environment Michael Bruun, CEO EGOtogether A/S	Vortragsareal Galleria/ lecture area Galleria
14:00	Wasser neu denken / Rethink water Lars Brøndum Petersen, CEO Retap A/S	Vortragsareal Galleria/ lecture area Galleria

Dienstag, 14. Februar 2012 / Tuesday, February 14, 2012

09:00	Rie Elise Larsen ApS Meet the Designer	Halle / hall 8.0 C66
10:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89
15:00	design + sein Pressegespräch / press meeting	Halle / hall 11.0 F89

Änderungen hinsichtlich Ort und Zeit vorbehalten / venue and time are subject to change

* nur auf Einladung / by invitation only

** bitte melden Sie sich im Presse-Center an / please register in the press centre